

بسم الله الرحمن الرحيم
المحاضرة التاسعة من مقرر الإدارة الإستراتيجية
[أسئلة مراجعة مجهود شخصي - الإدارة الإستراتيجية - د. أحمد البلالي]

(1) القرار الإستراتيجي يتكون من :

- عنصرين
- ثلاثة عناصر
- أربعة عناصر
- خمسة عناصر

(2) من البدائل الإستراتيجية التي يتم تحديدها لكل عنصر من عناصر القرار :

- الطرق المختلفه التي ستتبعها المنشأ لتحقيق الإتجاه المختار
- بعض الخيارات الإستراتيجية يتعلق بالمنظمه ككل وبعضها يتعلق بوحدات الأعمال SBU
- الإتجاهات البديله التي قد تلجأ إليها المنشأ
- الأساس الذي ترغب المنشأ التميز على أساسه
- بعض الخيارات متكامله وبعضها متعارضه
- توجد خيارات استراتيجيه عديده للمنظمه
- جميع ما سبق

(3) من أهم الخيارات الإستراتيجية والبدائل الإستراتيجية المتاحة للمنظمه :

- استراتيجيه مستوى الشركه
- استراتيجيه مستوى النشاط
- استراتيجيه مستوى التخصص
- جميع ما سبق

(4) هي استراتيجيات تعني بعمل المنظمه في مجال واحد :

- استراتيجيه الشركه
- استراتيجيه التخصص
- استراتيجيه مستوى النشاط
- ب + ج

(5) جوهر استراتيجيه مستوى النشاط أو استراتيجيه التخصص في المنظمه :

- تخطيط نموذج نشاط عمل محدد للشركه والذي يتيح اكتساب ميزة تنافسيه عن منافسيها في السوق أو الصناعه
- تطوير نموذج نشاط عمل محدد للشركه والذي يتيح اكتساب ميزة تنافسيه عن منافسيها في السوق أو الصناعه
- تطوير نموذج أنشطه كثيره وعامه والذي يتيح اكتساب ميزة تنافسيه عن منافسيها في السوق أو الصناعه
- لا شئ مما سبق

6) جوهر استراتيجية مستوى النشاط أو استراتيجية التخصص حسب رأي آبل يجب اتخاذ القرارات حول :

- مجموعات المستهلكين
- الكفاءات المتميزه
- حاجات المستهلكين
- جميع ما سبق

7) أحد هذه العوامل الأساسية لنجاح استراتيجيات التخصص :

- حماية النشاط بالبراءات أو بمعارف متميزه أو بالخبره
- صورته ضعيفه للمنظمه في المجال
- عدم التحكم في تقنيات التصميم والإنتاج
- مفهوم ضعيف للمنتج

8) من العوامل الأساسية لنجاح استراتيجيات التخصص :

- التحكم في تقنيات التصميم والإنتاج
- مدى وجود أسواق محميه
- مدى التحكم في المهنة واكتساب الكفاءات الأساسية
- صورته قويه للمنظمه في المجال
- علامه عريقه وشهره واسعه تمكن المنظمه من تفادي تذبذبات النشاط
- حماية النشاط بالبراءات أو بمعارف متميزه أو بالخبره
- مفهوم قوي للمنتج من أجل تعبئة كل الجهود لغزو السوق
- جميع ما سبق

9) أحد هذه الإجابات ليست من مميزات استراتيجيات التخصص :

- تركيز مجموع الموارد على تحسين المنتجات
- الإستفاده من أثر التجربه واقتصاديات الحجم
- الحد من إمكانات الإبداع
- قرارات استراتيجيه بسيطه لغياب العلاقات مع المنتجات الأخرى

10) من مزايا استراتيجيات التخصص :

- فقدان الزبائن الذين يبحثون عن تشكيلة منتجات واسعه
- ثقافه أحيائه وغياب المنافسه داخل المنظمه
- هياكل تنظيميه بسيطه
- جميع ما سبق

11) من مزايا استراتيجيات التخصص :

- هياكل تنظيميه بسيطه وسهولة تحديد الأفضليه التنافسيه
- الحصول على صورة المتخصص والصوره الخارجيه الواضحه جدا

- تركيز مجموع الموارد على تحسين المنتجات
- قرارات استراتيجيه بسيطه لغياب العلاقات مع المنتجات الأخرى
- الإستفاده من أثر التجربه واقتصاديات الحجم
- جميع ما سبق

(12) من عيوب استراتيجيات التخصص :

- قرارات استراتيجيه بسيطه لغياب العلاقات مع المنتجات الأخرى
- الإستفاده من أثر التجربه واقتصاديات الحجم
- مرونة ضعيفه وإمكانيات تكيف محدوده
- جميع ما سبق

(13) أحد هذه الإجابات ليست من عيوب استراتيجيات التخصص :

- الحد من إمكانات الإبداع وتثبيط الأفراد
- تركيز مجموع الموارد على تحسين المنتجات
- فقدان الزبائن الذين يبحثون عن تشكيلة منتجات واسعه
- خطر زوال مجال النشاط الإستراتيجي

(14) من عيوب استراتيجيات التخصص :

- الحد من إمكانات الإبداع وتثبيط الأفراد
- فقدان الزبائن الذين يبحثون عن تشكيلة منتجات واسعه
- ثقافه أحاديه وغياب المنافسه داخل المنظمه
- خطر زوال مجال النشاط الإستراتيجي أو الإخفاق فيه
- مرونة ضعيفه وإمكانيات تكيف محدوده
- جميع ما سبق

(15) من أهم استراتيجيات التخصص العامه أو الإستراتيجيات الشامله لمايكل بورتر :

- استراتيجيه الهيمنه بالتكاليف أو السيطره بالتكاليف أو قيادة التكلفه
- استراتيجيه التميز
- استراتيجيه التركيز المؤسس على التميز والتكاليف المخفضه
- جميع ما سبق

(16) تهدف استراتيجيه الهيمنه بالتكاليف إلى :

- الحصول على ميزة التكلفه الأقل
- الحصول على ميزة التكلفه الأكثر
- الحصول على ميزة التكلفه المتوسطه
- لا شئ مما سبق

- 17) تصل استراتيجية قيادة التكلفة للسيطره على مجال التنافس عن طريق :
- تكاليف إنتاج أكثر من تكاليف إنتاج منافسيها في الصنائه
 - تكاليف إنتاج أقل من تكاليف إنتاج منافسيها في الصنائه
 - تكاليف إنتاج مساويا لتكاليف إنتاج منافسيها في الصنائه
 - لا شئ مما سبق

- 18) نمطية السلع المقدمه وعدم وجود طرق كثيره لتمييز المنتج تعتبر من :
- متطلبات نجاح استراتيجية قيادة التكلفة
 - متطلبات نجاح استراتيجية التركيز
 - متطلبات نجاح استراتيجية التميز
 - متطلبات نجاح أكثر من استراتيجيه

- 19) من متطلبات نجاح استراتيجية قيادة التكلفة :
- الإفراط في تدني التكاليف على حساب التميز
 - الجهود المكثفه للإعلان والبيع
 - محدودية تحول العميل لمنافس آخر
 - جميع ما سبق

- 20) أحد هذه الإجابات ليست من متطلبات استراتيجية قيادة التكلفة :
- الإهتمام بالإنتاج لا يوجد من ينتج السلعه بسعر أرخص
 - وجود طلب مرن للسعر
 - وجود طرق كثيره لتمييز المنتج
 - محدودية تحول العميل لمنافس آخر

- 21) من متطلبات نجاح استراتيجية قيادة التكلفة :
- عدم وجود طرق كثيره لتمييز المنتج
 - محدودية تحول العميل لمنافس آخر
 - الإهتمام بالتسويق والأسعار الإقتصاديه محور الإهتمام
 - الإهتمام بالإنتاج ليس هناك من ينتج السلعه بسعر أرخص
 - وجود طلب مرن للسعر
 - نمطية السلع المقدمه
 - جميع ما سبق

- 22) من مخاطر استراتيجية قيادة التكلفة :
- التطور الإقتصادي المفاجئ
 - الإنسياق المدروس وراء التخفيضات السعريه
 - إمكانية تقليد الإستراتيجية من قبل المنافسين

- جميع ما سبق

(23) أحد هذه الإجابات ليست من مخاطر استراتيجية قيادة التكلفة :

- الإفراط في تدني التكاليف على حساب التميز

- محدودية تحول العميل لمنافس آخر

- إمكانية تقليد الإستراتيجية من قبل المنافسين

- التطور التكنولوجي المفاجئ الذي يلغي أثر الإستثمارات الضخمة

(24) هي التي تسعى بموجبها المؤسسه إلى التفرد في تقديم منتج معين للزبائن على مستوى بعض الجوانب

المهمه لديهم مقابل سعر زائد يشير إلى :

- استراتيجية قيادة التكلفة

- استراتيجية التميز

- استراتيجية التركيز

- استراتيجية الهيمنة بالتكاليف

(25) من أهم الجوانب التي ساعدت استراتيجية التميز بالتفرد لمنتجاتها مقابل سعر زائد :

- سمعه رديئه

- تصميم بسيط

- علامه رائده أو خدمات متعدده

- جميع ما سبق

(26) من أهم الجوانب التي ساعدت استراتيجية التميز بالتفرد لمنتجاتها مقابل سعر زائد :

- علامه رائده أو خدمات متعدده

- تشكيلات مختلفه للمنتج

- سمات خاصه به وتصميم مميز

- سمعه جيده

- جميع ما سبق

(27) من متطلبات استراتيجية التميز :

- الجهود المكثفه للإعلان والبيع

- سعر أقل لتغطية التكلفة المضافه نتيجة التمييز

- مزايا إضافيه للمنتج

- أ + ج

(28) تعتبر الجهود المكثفه للإعلان والبيع من :

- متطلبات نجاح استراتيجية قيادة التكلفة

- متطلبات نجاح استراتيجية التركيز

- متطلبات نجاح استراتيجية التميز

- متطلبات نجاح استراتيجية التخصص

(29) من متطلبات نجاح استراتيجية التميز :

- سعر أعلى لتغطية التكلفة المضافة نتيجة التمييز
- الإهتمام بالتسويق والإنتاج
- مزايا إضافية للمنتج من ناحية النماذج والتشكيلات والخصائص والخدمات
- الجهود المكثفه للإعلان والبيع
- جميع ما سبق

(30) فقدان التميز لتغير سلوك المستهلك تعتبر من :

- مخاطر استراتيجية قيادة التكلفة
- مخاطر استراتيجية التميز
- مخاطر استراتيجية التركيز
- مخاطر استراتيجية السيطرة بالتكاليف

(31) أحد هذه الإجابات ليست من مخاطر استراتيجية التميز :

- إمكانية تقليد العناصر التي تم التميز على أساسها
- المبالغه في التميز على حساب التكلفة
- إمكانية تقليد الإستراتيجية من قبل المنافسين
- فقدان لتغير سلوك المستهلك

(32) من مخاطر استراتيجية التميز :

- المبالغه في التميز على حساب التكلفة
- فقدان لتغير سلوك المستهلك
- إمكانية تقليد العناصر التي تم التميز على أساسها
- أن تتوصل المؤسسات المعتمده التركيز على أساس التميز إلى تميز أكبر في القطاعات التي تركز فيها
- جميع ما سبق

(33) تهدف هذه الإستراتيجية إلى المتوقع الجيد خارج الصنائه وبناء ميزه تنافسيه من خلال تركيز نشاطاتها تشير إلى :

- استراتيجية التركيز
- استراتيجية قيادة التكلفة
- استراتيجية التميز
- لا شئ مما سبق

(34) من النشاطات التي يتم التركيز عليها في استراتيجية التركيز :

- التركيز على مستوى سوق اقتصادي معين
- التركيز على مجموعه من الموظفين

- التركيز على استخدامات وخصائص معينه للمنتج

- جميع ما سبق

(35) تهدف هذه الإستراتيجية إلى المتوقع الجيد داخل الصنائه وبناء ميزه تنافسيه من خلال تركيز نشاطاتها تشير إلى :

- استراتيجية التركيز

- استراتيجية قيادة التكلفة

- استراتيجية التميز

- استراتيجية التخصص

(36) من النشاطات التي يتم التركيز عليها في استراتيجية التركيز :

- التركيز على مستوى سوق جغرافي معين

- التركيز على مجموعه من الزبائن معينه

- التركيز على استخدامات وخصائص معينه للمنتج

- جميع ما سبق

(37) حتى لا تتورط المنظمه في المسار الحرج عليها أن تعتمد على :

- استراتيجية التركيز

- إتباع أكثر من استراتيجية أساس

- استراتيجية التميز

- استراتيجية قيادة التكلفة

(38) للجمع بين الهيمنه بالتكاليف والتميز عن طريق :

- حالتين

- ثلاثة حالات

- أربعة حالات

- خمسة حالات

(39) من مخاطر استراتيجية التركيز :

- إمكانية تهديد المنافسين واسعي النشاط إذا ماركزوا لسبب من الأسباب على القطاع المستهدف

- إمكانية التقليد من الغير

- تقلص أو تلاشي المخدم من الزمن بفعل تغيرات البيئه بما لا يتناسب مع الاهداف الإستراتيجيه للمؤسسه

- جميع ما سبق

(40) من استراتيجيات التخصص العامه مجالها التنافسي يهدف إلى هدف سوقي واسع :

- استراتيجية التكاليف

- استراتيجية التركيز

- استراتيجية التميز

41) من استراتيجيات التخصص العامه مجالها التنافسي يهدف إلى هدف سوقي ضيق :

- استراتيجية التكاليف والتميز
- استراتيجية التركيز المؤسس على التميز والتكاليف المنخفضه
- استراتيجية التكاليف والتركيز
- استراتيجية التميز والتكاليف

42) عندما تتفاوت قطاعات الصنائه بشكل كبير من حيث الحجم ومعدل النمو والربحيه فهي تعتبر من :

- مخاطر استراتيجية التركيز
- متطلبات نجاح استراتيجية التركيز
- مخاطر استراتيجية التميز
- متطلبات نجاح استراتيجية التميز

43) من متطلبات نجاح استراتيجية التركيز :

- عندما لا تسمح موارد المنظمه إلا بتغطية قطاع سوقي معين
- عندما توجد مجموعت متميزه ومختلفه من المشترين ممن لهم حاجات مختلفه أو يستخدمون المنتج بطرق مختلفه
- عندما تشتد حدة عوامل التنافس الخمس بحيث تكون بعض القطاعات أكثر جاذبيه من غيرها
- عندما تتفاوت قطاعات الصنائه بشكل كبير من حيث الحجم ومعدل النمو والربحيه
- عندما لا يحاول أي منافس آخر التخصص في نفس القطاع السوقي المستهدف
- جميع ما سبق